

PUNTO MODA

NÚMERO 351 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

Deporvillage confía en Orisha|Openbravo en su salto al retail físico para reforzar su estrategia omnicanal

Ecoalf Wellness, ganador del premio platino por su diseño sostenible en los Pentawards 2023

ENCUENTRANOS EN



FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS



IFA - ELCHE - ALICANTE - SPAIN

51 *Edition*

13 / 14
MARCH

2024

SPECIAL
MACHINERY 

ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



INTERNATIONAL FAIR OF LEATHER, COMPONENTS AND
MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHERGOODS

SPRINGSUMMER 25

WWW.FUTURMODA.ES

**Nuestra Portada:**

SKFK by Martina Spetlova

PuntoModa**Consejo de Dirección:**José Antonio Blanco
essl@edicionessibila.com**Redacción:**

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración:

essl@edicionessibila.com

Edita:Edicions Sibil-la, S.L.
Diputació, 180, 1C - 08011 Barcelona
Tel. +34 932 265 151
essl@edicionessibila.com
www.edicionessibila.com

ISSN 2564-8993

La revista PuntoModa no se hace responsable de las opiniones expresadas por nuestros colaboradores y/o lectores.



PUNTO MODA

tym
textil y moda

Una veintena de empresas participan en la 2ª Jornada de la Ingeniería Textil

El Campus Terrassa de la Universitat Politècnica de Catalunya - UPC, fue el escenario de la 2ª Jornada de la Ingeniería Textil, organizada por la Escuela Superior de Ingenierías Industrial, Aeroespacial y Audiovisual - ESEIAAT y concretamente por el Grupo de Investigación en Textil - TECTEX, informan fuentes de Texfor - Confederación de la Industria Textil.

El objetivo del encuentro en Terrassa, era dar a conocer a la industria textil toda la formación disponible en cuanto a Ingeniería Textil y mostrar las instalaciones donde el alumnado lleva a cabo sus prácticas. Una veintena de empresas acudieron a la presentación lo que, según los organizadores, supone «un éxito sin precedentes».

Según explicó Ardanuy, la formación «cubre toda la cadena de valor textil, desde la materia prima hasta que la prenda llega al consumidor, pasando por la hilatura, tejeduría, confección, etc.»

El Grupo TECTEX ofrece Grados, Masters, así como proyectos de investigación y servicios para la empresa. En este sentido, es interesante destacar que 2 de los proyectos llevados a cabo por estudiantes del ESEIAAT han ganado los premios al Talento Joven de AITPA, valorados en 6.000 euros.

Ardanuy también expuso los proyectos en los que están trabajando, relacionados con la transición ecológica y la economía circular aplicada al sector textil.

La Escuela Superior de Ingeniería Textil de Terrassa dispone de unas amplias instalaciones equipadas con todo tipo de maquinaria y laboratorios para que los alumnos puedan llevar a la práctica lo aprendido en clase.

El evento EuRIC Textiles reúne a más de 130 participantes y une a las principales partes interesadas

El pasado 21 de noviembre, EuRIC conectó los nudos de los textiles, reuniendo a legisladores de la UE, expertos en medio ambiente, figuras destacadas de la industria y representantes de ONG para una discusión en profundidad sobre los desafíos y oportunidades en el panorama textil de la UE.

Al poner en marcha el evento, Mariska Boer, presidenta de la Rama de Textiles de EuRIC, destacó la necesidad de una colaboración integral de las partes interesadas para superar los cuellos de botella, como la recolección, clasificación y tratamiento insuficientes de los residuos textiles.

A la luz de la revisión en curso de la Directiva Marco de Residuos (WFD) por parte de la Comisión, Aurel Ciobanu-Dordea, Director de Economía Circular de la Comisión Europea, destacó que la UE seguirá un enfoque doble: un enfoque de ciclo de vida y uno de gestión de residuos”.

Sanna Due, experta en economía circular y gestión de residuos de la Agencia Europea de Medio Ambiente (AEMA), dio a conocer los resultados de un estudio en curso del EEE que indica que la principal causa de la eliminación de la ropa es el desgaste, señalando que esto podría indicar las posibles ventajas del Reglamento de Ecodiseño para Productos Sostenibles, que se prevé que extenderá la vida útil de la ropa.

Una primera mesa redonda subrayó la importancia de la velocidad, la claridad y la armonización como requisitos previos para la tranquilidad de la inversión en el reciclaje y para objetivos ambiciosos para lograr la circularidad en la UE. La aplicación de la legislación es esencial, ya que, según los oradores, los Estados miembros podrían no estar preparados para toda la legislación que se avecina.

El segundo panel se centró en el diseño de la circularidad, abogando por un cambio de mentalidad y por un mayor contenido reciclado, las cadenas de suministro circulares y la concienciación de los consumidores. Los oradores destacaron que el ciclo de toma-hacer-desperdicio ya no funciona y que los principios de reducción, reutilización y reciclaje son el camino a seguir.

La AEC y el CEEI de Elche organizan la jornada 'Retos de la Industria Auxiliar del Calzado, sesión de Valoración'

La Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado- AEC, en colaboración con el CEEI de Elche y a través del programa SOMMOS CONNECTA 23, está liderando un estudio de detección de Retos Sectoriales presentes y futuros de la industria del calzado.

Con este motivo, explican fuentes de la AEC, el pasado 26 de julio tuvo lugar en las instalaciones de esta organización la primera jornada de trabajo, a la que asistieron una relación de empresas asociadas. Durante ésta jornada se debatió y reflexionó sobre el futuro de la industria auxiliar del calzado para disponer de una visión 360º del sector; detectando y definiendo los retos presentes y futuros que pudieran convertirse en oportunidades mediante el desarrollo de líneas de innovación colaborativas.

De dicha jornada, siguen informando fuentes de la AEC, se emitió un primer informe de retos, los cuales ahora deberán valorarse. Para ello, este viernes 1 de diciembre, de 9:30 a 10:30 horas, tendrá lugar ésta segunda sesión de trabajo en formato online a través de la plataforma Zoom, y a la que podrá conectarse a través del siguiente link de acceso: <https://us06web.zoom.us/j/83125378114>

El programa de la sesión Online será el siguiente:

Presentación y contextualización de los retos y sus implicaciones generales. Contextualización de la oportunidad y su potencial de sinergia.

Feedback de las empresas asistentes

Valoración y ordenación de los retos detectados para la construcción de una hoja de ruta (roadmap) para el desarrollo futuro de las oportunidades del sector y sus empresas.

Columbia Sportswear elige a Consuela para ampliar su distribución en España



Columbia Sportswear, líder mundial en innovación de ropa, calzado, accesorios y equipos para un estilo de vida activo al aire libre, ha elegido a Consuela, emblemática tienda madrileña, como su nueva aliada para conquistar el público urbano de España. Esta colaboración simboliza una nueva era para Columbia en su apuesta por el mercado español.

Mango regresa a Cork y refuerza su presencia en Irlanda



La compañía vuelve a la segunda ciudad del país, en la que ya estuvo presente entre 2004 y 2008, con un nuevo punto de venta ubicado en la calle St Patrick, la principal vía comercial de Cork.

Se trata de la primera tienda de Irlanda con el concepto de inspiración mediterránea, New Med.

El centro comercial Diagonal Mar da la bienvenida a Pandora



La nueva tienda Pandora presenta el innovador concepto de EVOKE 2.0 de diseño totalmente actualizado en una superficie de 61.06 m2 y dispone de un equipo de 5 empleados que se unirán a la familia Pandora en Barcelona.

Abre sus puertas la flash store de Suot Studio en Plaza Canalejas



SUOT STUDIO, el proyecto de joyería experimental liderado por Marta Tous, abrió sus puertas un espacio multidisciplinar efímero que promete convertirse en un hot spot para el creciente número de creativos y usuarios que han conectado con la marca posicionándola en el mapa contemporáneo del oficio joyero.

Deporvillage confía en Orisha|Openbravo en su salto al retail físico para reforzar su estrategia omnicanal



Deporvillage y Orisha | Openbravo junto a su partner Practics, extienden su alianza para respaldar el salto al retail físico del minorista deportivo dentro de su estrategia de omnicanalidad.

La compañía se ha convertido en un gigante del eCommerce con una facturación de 160 millones de euros en 2022, comercializando sus productos deportivos en todo el mundo.

Deporvillage ya utilizaba Orisha | Openbravo como plataforma central de comercio, ofreciendo soporte a procesos clave como compras, ventas o facturación, así como logísticos.

Fundada en 2010, Deporvillage es hoy un eCommerce líder de productos

especializados para ciclismo, running y outdoor en el sur de Europa, perteneciente al grupo JD Sports.

Orisha | Openbravo y su partner Practics Business Solutions han acompañado a Deporvillage desde sus primeras etapas, apoyando el crecimiento de la compañía hasta convertirse en la actualidad en un líder europeo con una facturación de 160 millones de euros en 2022, comercializando sus productos deportivos en todo el mundo.



EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL SECTOR TEXTIL

Barcelona Textile Expo 2024

Exposición internacional de tejidos & telas

16 - 18 de enero de 2024, 10 AM-18 PM
Fira de Barcelona - Hall 2



TEXTILEXPO
BARCELONA



Para Obtener
Tu Entrada



Ferragamo presenta la nueva Campaña de Navidad 2023: "A FLORENCE PLAY"



La campaña encarna la yuxtaposición de dos generaciones de creadores de imágenes, para fusionar dos narrativas coexistentes en la Ferragamo de hoy. El artista italiano Paolo Ventura reinterpretó vistas icónicas de Florencia a través de la fotografía reelaborada como pinturas atemporales, mientras que el joven fotógrafo brasileño Rafael Pavarotti fotografió a los miembros de la comunidad Ferragamo dentro de ellas.

La belleza renacentista de Florencia se transforma en un decorado teatral para una obra imaginaria, en el encuentro de lo clásico y lo lúdico, lo histórico y lo nuevo, lo solemne y lo alegre, el legado del fundador y la comunidad juvenil de Maximilian Davis.

Así es la colección cápsula que HUG & CLAU acaba de lanzar para celebrar el 10º aniversario



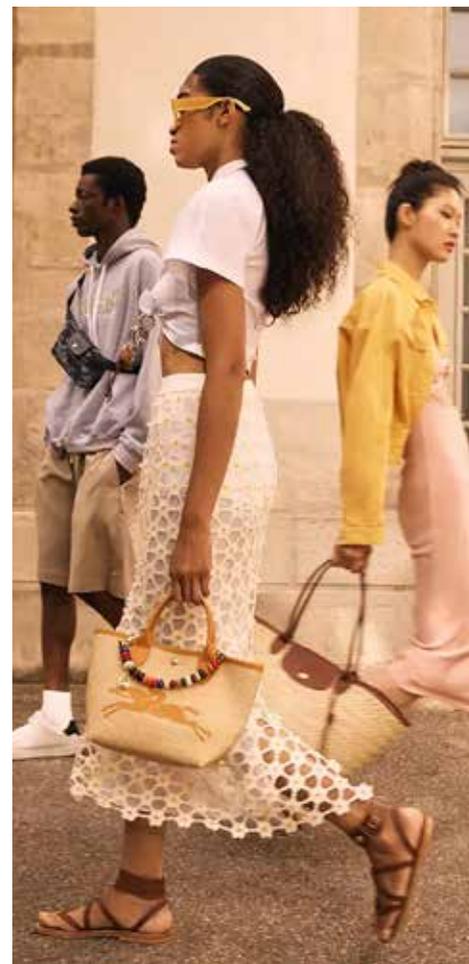
Diez años de prendas bonitas, pensadas por y para las Mujeres Hug&Clau, que ahora se materializan en esta selección con las que inspirarte y hacerte sentir única.

Estos son los total looks de Niza que no pueden faltar en tu armario



Desde el primer roce, los total looks de punto de NIZA seducen a los sentidos con su abrazo de suavidad. Cada hilo, cada puntada, parece ser una caricia a la piel, invitándonos a un mundo donde la comodidad se une a la elegancia.

Colección SS24: Longchamp University



PRENDAS CLAVES:

Los must-have: La sudadera cropped o la camiseta anudada estampada con la firma Longchamp.

El look estrella: el vestido-chaleco largo de lentejuelas.

La prenda que dice "primavera": la chaqueta sin mangas de piel de cordero troquelada con motivos de margaritas de ganchillo.

El imprescindible de las vacaciones: los shorts de pañuelos de seda reutilizados, combinados con un top.

El estampado clave: un estilizado caballo de carreras sobre tela vaquera.

Colores positivos: tonos cálidos de naranja, amarillo y rosa fresa, además de un morado intenso. Y, por supuesto, los siempre universales blanco, negro y caqui.

Los tejidos: algodón, ganchillo, bordados, denim y piel de cordero, combinados con lentejuelas, metálicos fluidos y tejidos técnicos.

MOMAD

En coincidencia con
intergift
bisutex
madridplata
y más



**Salón Internacional
de Moda, Calzado y Accesorios.**

**09-11
Feb**

2024

**Recinto Ferial
ifema.es**



Cuidarse sale más caro: solo el 5% de incremento de precios hace crecer el sector de higiene y belleza

Los incrementos generalizados de precios hacen que "gastando más compremos menos"

% Evaluación Valor Total Sectores | 1 año hasta la fecha P10 vs el año anterior



El sector de la higiene y la belleza está creciendo a un ritmo del 2% en lo que llevamos de año (hasta octubre) respecto al mismo periodo del año pasado. Más gasto doméstico por un 5% de incremento de precios, pero menos volumen, mientras las unidades compradas se han reducido un 2,8%, según refleja el informe 'Los nuevos liderazgos de la distribución beauty', de Kantar Worldpanel.

Nos encontramos en un contexto de mercado y del entorno cada vez más inflacionario y de contención del gasto, en el que la frecuencia de compra sigue desacelerándose, con un impacto claro en la compra media por individuo. En 2020 se compraban 26,1 unidades por comprador y en 2023 esa cifra ha bajado a 24,4. Como consecuencia de estos cambios de hábitos, cada acto de compra es cada vez más relevante y decisivo.

La subida de los precios está siendo una de las claves que explican el comportamiento de compra del consumidor y a qué destina su presupuesto.

La media de incremento de precios en perfumería e higiene alcanza el 5%, centrándose, especialmente en las categorías de aseo (+5,4%), seguido de productos para el cuidado del cabello (+3,3%), frente a la cosmética color, que ha experimentado un descenso importante de precio (-4,5%), por el mix entre el tipo de producto que se compra, el canal y las marcas.

Ante la situación de contención del gasto y la búsqueda de ahorro, la marca del distribuidor gana presencia en todas las categorías, avanzando en el terreno de la belleza, donde menos desarrollada estaba y donde ya consigue cuotas significativas en categorías como la cosmética color (22,4%), cosmética facial (14,1%) o incluso en fragancias (6,9%)

El estudio de Kantar Worldpanel, entre otras conclusiones, destaca el caso particular de las fragancias ya que es la única categoría que gana en penetración (compradores), alcanzando ya el 40,4% (+0,8% p.p. con respecto al mismo periodo del año pasado).

Es tal la particularidad de las fragancias, que en el caso del segmento del lujo, (afectado por la contención del gasto y perdiendo penetración (-0,8%) y compra media), esta categoría se convierte en valor refugio y aglutina ya el 85,6% del gasto total que se destina a las marcas selectivas, casi siete puntos más que hace un año, respecto a las otras categorías donde las marcas de lujo están presentes, como el cuidado de la piel y el maquillaje.

El ecomerce, exceptuando el segmento moda, tocó techo en 2022 y durante el año ha ido perdiendo cuota, ante un consumidor que ha vuelto a la tienda física.

En este entorno más offline, existen dos modelos muy diferenciados, el del canal food (hiper/super), con mucho foco en las categorías de aseo e higiene y que concentra el 45,3% del mercado, liderado por Mercadona, que alcanza un 16,1% de cuota valor; y el de las cadenas especializadas, con su foco en las categorías de belleza y las marcas de lujo, donde la fusión entre Druni/Arenal les hace liderar el mercado con una cuota del 8,9%.

Pero frente a las cuotas de mercado, captar clientes es fundamental para seguir creciendo a medio plazo, y eso solo lo consiguen las cadenas especializadas, y sobre todo Druni y Primor. Estas cadenas están diversificando su surtido hacia categorías de aseo y otras marcas y consiguiendo atraer a más compradores. Frente a esta estrategia está la de aquellas cadenas que están potenciando su marca propia y, a pesar de lo que puede suponer en ahorro para el consumidor, están perdiendo compradores.

Kantar es la empresa líder mundial de datos, insights y consultoría. Tenemos una comprensión única y completa de cómo piensan, sienten y actúan las personas a nivel global y local en más de 90 mercados. Al combinar el profundo expertise de nuestra gente, nuestros recursos de datos, nuestros servicios de analytics y la tecnología más innovadora, ayudamos a nuestros clientes a entender a las personas e inspirar su crecimiento.

Kuka & Chic: Un perfume romántico y empolvado para las amantes de lo vintage



La última joya olfativa de Kuka & Chic ha llegado para conquistar corazones con su exquisita combinación de notas florales, un toque suave y un aura muy naif.

Ecoalf Wellness, ganador del premio platino por su diseño sostenible en los Pentawards 2023



Ecoalf Wellness ha sido premiado en la última edición de los premios Pentawards, el concurso de diseño de packaging con mayor relevancia a nivel internacional que tuvo lugar el pasado viernes 10 de noviembre en Londres.



Day/Night Serum Ampollas

Ampollas concentradas de Day Serum y de Night Serum

- Serum de día antienvjecimiento con alta concentración en Colágeno Marino y Ácido hialurónico, de textura suave y ligera.
- Contribuye a alisar el relieve cutáneo minimizando las arrugas y líneas de expresión.

- Serum de noche antienvjecimiento con alta concentración en Colágeno Marino y Ácido hialurónico, de textura suave y ligera.
- Formulado especialmente para restablecer las funciones vitales cutáneas durante la noche.



The LYCRA Company desvela las tendencias previstas en moda para calcetería en 2024 y 2025



Cada año, gracias a la alianza con los expertos en pronóstico de tendencias del Stijlinstituut de Amsterdam, The LYCRA Company presenta una colección innovadora de medias y calcetines diseñada para despertar la creatividad.

El desarrollo de las medias, los calcetines y las prendas sin costuras ha desempeñado un papel fundamental en la evolución de la moda. Después de varios ciclos de tendencias en los que las piernas se mostraban desnudas en las pasarelas, la calcetería regresa triunfante en todas sus formas. Desde las medias hasta los calcetines de diferentes longitudes, la calcetería se ha convertido en una parte importante del discurso de la moda de 2023, con interesantes perspectivas para 2024 y 2025.

“Otro año, otra colección innovadora de calcetería. Nuestro objetivo es inspirar ofreciendo una selección muy cuidada de diseños

y reflexiones sobre las ventajas funcionales de la calcetería. Prestamos atención a cómo esto puede revolucionar a los usuarios y al negocio de sus fabricantes”, comenta Jane Gwyther, EMEA Sales Manager de Legwear en The LYCRA Company.

Cuatro tendencias clave para 2024/2025

La tendencia **“EXTRAORDINARIO”** celebra el impacto de la moda en la fluidez de la identidad, reflejando el entusiasmo en el diseño de las prendas.

“EVOLUTIONARY” se inspira en la sabiduría de la naturaleza e influye positivamente en el bienestar.

“LEG GEAR” hace hincapié en la calcetería adaptada a un modo de vida dinámico, combinando funcionalidad y estilo.

Por último, **“SELF-CARE”** destaca la importancia del cuidado del cuerpo, que abarca la salud de la piel y la cosmética para las piernas, con el fin de promover un bienestar integral.

Dolores Cortés: Colección Crucero 0/1 23-24



La diseñadora de moda baño Dolores Cortés lanza ya su colección crucero pensada para las afortunadas que durante los meses más fríos del año se marchan a lugares de clima cálido.

IMPETUS apuesta por la lencería de calidad



IMPETUS, la emblemática marca portuguesa con medio siglo de trayectoria, cuenta con una colección de lencería para mujeres. Apuesta por prendas de gran calidad y confort inigualable. Todos los modelos se ajustan perfectamente a cualquier tipo de cuerpo.

Amourette Shimmer, descubre el capricho de Triumph para enseñar



Esta temporada, Triumph quiere captar y transmitir la energía femenina en sus múltiples facetas, más allá de las meras expectativas y necesidades.



PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Speedo presenta Fastskin, el bañador revolucionario



Los bañadores pioneros Fastskin® LZR® Intent y LZR Valor de Speedo han entrado en una nueva esfera con la introducción de nuevas ediciones desarrolladas por las instalaciones de investigación y desarrollo Aqualab® de Speedo y diseñadas a partir de Lamoral® Space Tech.

Utilizando la experiencia líder mundial de Lamoral, los nuevos trajes de baño presentan cualidades hidrofóbicas mejoradas, permitiendo a los atletas rendir al máximo el día de la carrera. Para producir el LZR Intent 2.0 y el LZR Valor 2.0, Speedo trabajó estrechamente con Lamoral, cuyos revestimientos originales fueron desarrollados para su uso en satélites.

Puma y Rhuigi están listos para un fin de semana en los Hamptons



La cápsula continúa celebrando la ciudad de Nueva York y esta vez lo hace fuera de los cinco condados, con una nostálgica gama de productos que evoca las escapadas de fin de semana. La colección inspirada en los Hamptons, que incluye apparel, calzado y accesorios, está impregnada de la estética de los años 90 y se inspira en los códigos de vestimenta de los clubes de campo con una variedad de insignias y gráfismos especialmente diseñados por PUMA y Rhuigi.

Cúbrete con todo el estilo este otoño-invierno con Ellesse



El abrigo se convierte en nuestro mejor aliado en los meses de frío, por lo que es crucial saber cuál comprarte. Si eres de los que apuesta por un look deportivo, la colección de Ellesse presenta una amplia variedad de puffers que no te quitarás en todo el invierno.

Como todos los años, la marca italiana incluye en su colección de otoño-invierno los abrigos acolchados que enamoran a los amantes del streetwear.

Rihanna's Creeper is Back más grandes y más atrevidas que nunca, las nuevas Creeper Phatty ya están aquí



Diseñadas por Rihanna, las nuevas Creeper Phatty llevan la clásica silueta Creeper a un nuevo nivel con un diseño de gran tamaño, una suela de goma apilada y unas atrevidas combinaciones de colores. Esta nueva versión de las FENTYxPUMA Creeper estará disponible en tres colores para todas las edades y géneros.

son**t**ress **SLIM** naturalmente

**LINIA ACC CON TEJIDO
ALTA DENSIDAD FORTE
ACTIVE TECHNOLOGIC**

**ANTICELULITICO
ADELGAZANTE
REDUCTOR**

son**t**ress **SLIM**

**SIEMPRE
GUAPA**

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

www.sontress.com

El IBV y Avecal celebran las IV 'Jornadas de información y sensibilización de riesgos ergonómicos'



Con esta nueva edición se continua el ciclo de estudios desarrollado por ambas entidades desde hace cuatro años para detectar los riesgos ergonómicos más frecuentes que se dan en la industria de calzado.

Mediante las conclusiones extraídas en este análisis se pretende reducir la siniestralidad relacionada con este tipo de riesgos, que a menudo derivan en trastornos musculoesqueléticos, a través de la prevención.

El estudio, que se ha presentado en el Instituto de Biomecánica (IBV), ha incluido una serie de recomendaciones de mejora en los puestos de vulcanizado, inyectado y cortado, así como en la generación de criterios de diseño ergonómicos de máquinas y herramientas. La responsable de Formación y Recursos Humanos de Avecal, Mari Ángeles López, ha acudido al encuentro.

La iniciativa se enmarca dentro de los proyectos denominados TRCOIN/2023/7 y TRCOIN/2023/8, que están financiados por la Conselleria de Educación, Universidades y Empleo en el marco de las subvenciones en materia de colaboración institucional, a través de acciones sectoriales e intersectoriales mediante programas o actuaciones en materia de prevención de riesgos laborales en la Comunitat Valenciana para el ejercicio 2023.

¡Nuevo drop! Morrison x El Dios de Los Tres



La pasión por la creación de historias es un punto en común entre MORRISON y El Dios de Los Tres, y por fin os podemos enseñar la nueva camiseta Fun on the road y las nuevas zapatillas Rainbow Walk, que ya están disponibles tanto en la web de MORRISON como en sus tiendas.

Heydude presenta las botas perfectas para los días de frío que querrás en tu armario



De lana, con forro interior, plantillas de espuma extraíbles que se adaptan a la forma de cada pie y suela EVA antideslizante que mejora el agarre, la primera joya de esta nueva colección son las HEYDUDE REYES BOOT WOOL, que vaticinan convertirse en las botas casual por excelencia de este invierno.

Las botas de Toms: confort, calidez y estilo en cada paso



Toms, a pesar de que siempre se haya asociado con alpargatas, ofrece mucho más. Este invierno, apuestan por las botas en distintos modelos y colores, ofreciendo un calzado cómodo y abrigado para cada ocasión.

BRINGING TRENDS TOGETHER

13 - 16 JANUARY 2024

RIVA DEL GARDA



exporivaschuh
& gardabags
the fair that moves the world

100
E D I T I O N

Organized by
Riva del Garda®
Fierecongressi

RIVA DEL GARDA
EXHIBITION CENTER
INFO@EXPORIVASCHUH.IT
(+39) 0464 570153



SCAN THE CODE AND
VISIT OUR WEBSITE!
EXPORIVASCHUH.IT



#exporivaschuh #gardabags

Carmen Tessa: de Jordania a Elda, bolsos made in Spain



El origen de esta marca se encuentra en una historia de diversidad cultural y experiencias enriquecedoras. La mente creativa detrás de Carmen Tessa, forjada entre Jordania, Londres y Asia, ha cultivado una pasión por el diseño a partir de una mezcla de influencias multiculturales, tomando referencias de cada una de ellas.

Tous gafas, originales diseños XL



La firma presenta una colección con formas atrevidas y paletas luminosas, donde la creatividad contagia la alegría creando un empoderamiento a tod@s los que las luzcan.

Nueva gama de piel Montblanc Meisterstück



La colección se reinterpreta para satisfacer tanto las necesidades funcionales como estéticas de los clientes y propone formas modernas, acabados vistosos y colores que evocan la cultura de la escritura y rinden homenaje a la icónica Meisterstück a las puertas de su centenario.

Esta Navidad, regala calidad y artesanía con las joyas de Carrera y Carrera



Las joyas de Carrera y Carrera perduran en el tiempo, son objetos de deseo en los que su cuidada artesanía, la alta calidad de sus materiales y su indiscutible personalidad tienen un papel fundamental a la hora de valorar una inversión.

Scharlau, maletines funcionales para viajar con estilo



Scharlau te ofrece los mejores diseños para que tengas espacio para tus dispositivos tecnológicos, documentos y otros básicos de los negocios, como utensilios de escritura. Diseños contemporáneos que complementan a la perfección un look profesional.

Bomba de color en la nueva colección de SUOT STUDIO



Reconocida por su fusión audaz de creatividad sin límites y joyería, Suot Studio nos invita a adentrarnos en su universo con el nuevo drop de su cautivadora colección "Half Cut".

bisutex

En coincidencia con
intergift
madridplata
y más
MOMAD



Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.

08-11
Feb

2024

Recinto Ferial
ifema.es



Babykid Spain + FIMI 2024 ya cuenta con más de 400 marcas confirmadas de más de 30 países



Regresa a Feria Valencia el binomio moda-puericultura más fuerte que nunca. Un total de 403 marcas procedentes de 32 países han confirmado su participación en la 4ª edición de Babykid Spain + FIMI, la feria de referencia del sector que se celebrará del 25 al 27 de enero de 2024 y que coorganiza Feria Valencia con ASEPRI.

Canastilla y textiles, transporte, paseo del bebé, mobiliario, decoración, moda, calzado puericultura ligera y técnica y juguete. Todas las categorías del universo infantil estarán en el evento, punto de encuentro de profesionales del sector, que a dos meses de inaugurar ya ha superado las cifras de su pasada edición. Una cita que se espera con muchas ganas tras los buenos resultados de su última edición y que se presenta más internacional que nunca.

Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Bulgaria, Canadá, Chile, China, Corea Sur, Croacia, Dinamarca, Estados Unidos, Sudáfrica, Escocia, Finlandia, Francia, Holanda, Reino Unido, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido o Singapur serán alguno de los países de procedencia de los expositores que participarán en BKS + FIMI, que en 2024 contará con las marcas más punteras en moda, calzado, puericultura y juguete.

Las firmas del showroom Agáldar 2023, satisfechas con el evento que sirve de arranque a la campaña navideña



El 'Showroom Agáldar 2023' echó el cierre el pasado domingo, después de un intenso fin de semana en el Hotel Emblemático Agáldar, en el que casi una treintena de firmas de emprendedores, diseñadores y creadores de moda de los sectores textil, accesorios, calzado y estilo de vida de la Isla, estuvieron mostrando sus creaciones.

Una iniciativa de la asociación de empresarios Fomento de Gáldar que contó este año con el apoyo del programa Moda Cálida, y que de nuevo, según la gerente de la asociación, Sandra Melián, termina con "satisfacción" por parte de los participantes. "A nivel económico se han mantenido las cifras de la última edición, si bien el evento está concebido como la apertura de la campaña de navidad, un escaparate para que la gente vea lo que ofrecen las firmas de cara a esta época, por lo que es más importante exhibir que vender", explicó Melián.

Futurmoda abre la contratación comercial de espacios para su 51ª edición de marzo de 2024



La Feria de la Piel, los Componentes y la Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería, Futurmoda, anuncia la apertura de la contratación comercial de espacios para su próxima edición, la número 51, que se llevará a cabo los días 13 y 14 de marzo de 2024, en el recinto de IFA - Fira Alacant (Elche - Alicante).

Futurmoda, un evento profesional de carácter internacional, reúne a todos los subsectores de la industria auxiliar del calzado, la marroquinería y la moda. Cuenta con más de 300 firmas expositoras de España, Italia, Portugal, Francia y otros países. La feria es una plataforma líder en la presentación de propuestas y tendencias para la temporada primavera-verano 2025.

En esta edición, Futurmoda ofrecerá una exposición de las últimas novedades en diversos sectores, destacando:

Accesorios en general.

Componentes para el calzado: hormas, suelas, planchas, plantillas, tacones, cuñas y plataformas.

Empresas de servicio: estampación, serigrafía, entre otros.

Cueros, curtidos y pieles.

Textiles, tejidos y materiales sintéticos.

Productos químicos y materias primas.

Cabe resaltar que en esta edición, habrá un amplio espacio dedicado a la maquinaria, donde las empresas de tecnología y maquinaria para el calzado tienen una destacada presencia,



presentando las últimas innovaciones en este campo.

Además, como es tradición en cada edición, Futurmoda contará con el espacio Green Planet, dedicado a los materiales ecológicos y sostenibles. Este espacio ofrece a los visitantes la oportunidad de explorar y conocer las últimas tendencias en materiales respetuosos con el medio ambiente, promoviendo la conciencia y la adopción de prácticas sostenibles en la industria auxiliar.

Futurmoda anticipa una edición llena de innovación, esperando ser un punto de encuentro clave para profesionales y empresas destacadas en la industria. Los interesados en participar como expositores pueden iniciar el proceso de contratación comercial contactando con la organización de Futurmoda.

Para obtener más información y detalles sobre la contratación de espacios, visitar la web de Futurmoda <https://www.futurmoda.es>

Expo Riva Schuh & Gardabags honran la fidelidad de sus expositores en su centenario



Se acerca la 100.ª edición de la Expo Riva Schuh & Gardabags que se celebrará del 13 al 16 de enero de 2024 en el Centro de Exposiciones de Riva del Garda.

Para celebrar juntos esta importante ocasión la organización del certamen ha decidido otorgar un reconocimiento especial a las empresas que han participado en el evento durante más de 70 ediciones, incluso no consecutivas.

Durante la velada de celebración, que se celebrará el domingo 14 de enero de 2024, la organización de estos salones honrará a todos los expositores que han contribuido a lo largo de los años a este importante hito.

Para postularse, las empresas expositoras pueden completar el siguiente formulario en el siguiente enlace a más tardar el 24 de noviembre de 2023.

Las solicitudes recibidas serán evaluadas cuidadosamente por el equipo de estos salones, confirmando cualquier participación con una invitación oficial.

Micam Milano lanza el proyecto MICAM Mag



MICAM Mag es el proyecto-editorial digital de MICAM Milano. Una revista que cuenta y da voz a los protagonistas de MICAM, expositores, compradores y profesionales, que desde hace más de 50 años la convierten en la manifestación más importante del mundo para el sector del calzado.

A partir de la investigación, las inspiraciones y las innovaciones que se presentan entre los pabellones de MICAM Milano, MICAM Mag nace con el objetivo de mantener vivo o estimular el interés por el calzado.

Siete secciones que exploran y describen el efervescente mundo del calzado entre novedades tecnológicas, sostenibilidad, nuevas tendencias, cultura del made in Italy, curiosidades y relatos de quienes hacen, o han hecho, la historia del sector.

MICAM Mag, para estar siempre un paso por delante.

La próxima edición de Micam tendrá lugar en el recinto ferial Rho de Milán, del 18 al 21 de febrero de 2024.

Heimtextil cuelga el cartel de completo en el pabellón de Moquetas y Alfombras en enero 2024



Nuevos diseños, desarrollos de productos pioneros y las principales tendencias de la industria son el foco del nuevo pabellón 5.1 de Carpets & Rugs, que ya está completo desde la última ola de inscripciones en otoño. El último aumento de expositores procede principalmente del sector de las alfombras tejidas a

máquina.

A la vanguardia se encuentran los proveedores líderes del mercado de Bélgica, uno de los países textiles con más tradición y sinónimo de calidad sofisticada en la industria de las alfombras. Ragolle Rugs, Verbatex y la asociación Fedustria y sus miembros son sólo algunos de los nuevos participantes.

Otras marcas globales, como el líder turco Merinos Hali San y Universal XXI, el mayor minorista y fabricante de España, también envían señales claras sobre los ambiciosos planes de Heimtextil: "Con Carpets & Rugs fijamos una fecha anual fija para el sector. Por eso para nosotros era crucial desde el principio mostrar la variada gama dentro del segmento de las alfombras y lograr una combinación equilibrada de productos. Estamos encantados de haberlo conseguido de forma tan eficaz desde el principio", explica Bettina Bär, directora de Heimtextil.

Lugar de encuentro global para tendencias y diseño

El grupo Oriental Weavers también tiene previsto exponer en Heimtextil una amplia gama de productos, desde estilos tradicionales hasta modernos y contemporáneos. Rashad Ibrahim, director de exportaciones de Mac Carpet, filial de OWG, ve un gran valor añadido en los visitantes profesionales: "El concepto del segmento es muy especial tanto para nosotros como fabricantes como para los compradores. Nos permite presentar toda nuestra gama de alfombras en un solo lugar "Esto hace que sea más fácil para las partes interesadas comparar nuestros diversos productos. Para los compradores, Carpets & Rugs es, por lo tanto, una ventana única para todas sus necesidades de alfombras".

Además, Carpets & Rugs se integra de forma ideal en la oferta general de Heimtextil a través del céntrico pabellón 5.1. Ya sea una tienda de bricolaje, una tienda de muebles, un minorista de alfombras o una tienda conceptual: los visitantes profesionales de Heimtextil 2024 se beneficiarán de todo el espectro del diseño de interiores textil, desde hilos y tejidos hasta productos acabados como ropa de cama, mantas, cojines, cortinas, papel pintado y alfombras. para cada necesidad.

Además de los nuevos productos y el desarrollo de productos, la megatendencia de la sostenibilidad en particular está impulsando la industria de las alfombras.

Más de 2.600 fabricantes y marcas ofrecerán en Heimtextil del 9 al 12 de enero de 2024 una visión de mercado concentrada y, por tanto, eficiente, de las tendencias mundiales en la industria textil para el hogar y el contract. Además de la oferta única a nivel mundial de expositores, el lugar de encuentro mundial del sector también ganará puntos este año con destacados imprescindibles: desde Heimtextil Trends 24/25 hasta los programas de visitantes y contenidos Interior.Architecture.Hospitality y SLEEP, pasando por el enfoque en la sostenibilidad. , que ahora lleva el nuevo título "Economía".

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM